

**Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre la «Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones — Una Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa»**

[COM(2015) 192 final]

(2016/C 071/11)

**Ponente: Raymond HENCKS**

**Ponente: Thomas McDONOGH**

El 12 de mayo de 2015, de conformidad con el artículo 304 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, la Comisión Europea decidió consultar al Comité Económico y Social Europeo sobre la

*Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Una Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa*

[COM(2015) 192 final].

La Sección Especializada de Transportes, Energía, Infraestructuras y Sociedad de la Información, encargada de preparar los trabajos en este asunto, aprobó su dictamen el 24 de noviembre de 2015.

En su 512.º Pleno de los días 9 y 10 de diciembre de 2015 (sesión del 9 de diciembre de 2015), el Comité Económico y Social Europeo aprobó por 219 votos a favor, 2 en contra y 7 abstenciones el presente Dictamen.

## **1. Conclusiones y recomendaciones**

1.1. El CESE respalda la estrategia para un mercado único digital europeo. Sin embargo, le preocupa que la voluntad política de una parte de los Estados miembros de abrir una vía hacia una Unión digital creadora e innovadora, y no solo consumidora, deja mucho que desear.

1.2. La Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa propuesta por la Comisión Juncker constituye una prolongación de las estrategias y programas digitales previos y está pensada para imprimir un nuevo impulso a una política digital de la Unión Europea tanto tiempo deseada. Se trata también, al mismo tiempo, de centrarse en el comercio y los consumidores, así como sobre las medidas necesarias para aumentar los intercambios y el número de consumidores y mejorar las condiciones y la protección de que estos disfrutan.

1.3. En este contexto, el primer imperativo es colmar las carencias en materia de competencias. Estas carencias pueden ser tanto una cuestión de cálculo, lectura y escritura como de competencias digitales y uso responsable de las mismas. El segundo imperativo es la necesidad de que las plataformas puedan usarse fácilmente para orientar el mercado, por lo que no deberían restringirse sus actividades. En tercer lugar, es necesario contar con las aplicaciones pertinentes, por lo que se acoge favorablemente el enfoque sobre la normalización. Una mayor administración electrónica contribuirá a conseguir la participación de más ciudadanos en la actividad digital. Desde el punto de vista de los consumidores, el CESE acoge con satisfacción las iniciativas para mejorar el acceso de los consumidores y las empresas a bienes y servicios digitales en toda Europa.

1.4. Algunas, pero no todas, las iniciativas que se detallan en el punto 4.2 (propiciar las condiciones adecuadas para que se desarrollen las redes y servicios digitales) se refieren a las redes de infraestructura y son parte de la Agenda Digital. La importancia de estas propuestas radica en el contexto del mercado único y la urgencia con que se abordarán. Algunas de las demás iniciativas expuestas en esta sección son importantes para los derechos de los consumidores.

1.5. El CESE no puede sino apoyar a la Comisión en su determinación por acabar con la fragmentación en veintiocho estrategias y mercados digitales nacionales para fusionarlos en un planteamiento europeo y asegurar así una posición de vanguardia en el sector de la economía digital mundial, que ha quedado en manos de terceros países.

1.6. El CESE está convencido de que la Unión Europea, que dispone de excelentes competencias y de una gran experiencia en ciertos ámbitos digitales, aún puede recuperar el terreno perdido. En este contexto, el CESE insiste en el desarrollo de polos de investigación multidisciplinares y de sinergias europeas en el marco del Espacio Europeo de Investigación, en ámbitos como la computación en nube, la nanoelectrónica, el almacenamiento y tratamiento de los megadatos, los aparatos utilizables o controlables a distancia (objetos conectados) y los servicios inteligentes.

1.7. La Unión podrá recuperar el terreno perdido si logra, a corto plazo, poner en común sus recursos para movilizar y coordinar los esfuerzos públicos y privados de los veintiocho Estados miembros, animando a todas las partes interesadas a participar en los debates sobre la estrategia para un mercado único digital. El CESE aprueba el compromiso de la Comisión de poner en marcha una consulta pública para cada una de sus futuras acciones en el marco del mercado único digital.

1.8. El CESE lamenta la ausencia de una dimensión social en la estrategia digital (con la excepción de las cuestiones relativas a la competencia digital), cuando la evolución de los servicios y modelos de empresa entraña profundos cambios en el mundo laboral. El CESE considera necesario tener en cuenta los múltiples riesgos y desafíos, sobre todo en el ámbito de la seguridad y de la organización del trabajo y de la seguridad social. Además, los procedimientos previstos en el Tratado sobre el diálogo social y la cláusula social horizontal deben ocupar su sitio en la estrategia para un mercado único digital <sup>(1)</sup>. El CESE entiende que la dimensión social, con todas sus consecuencias para el empleo, debería constituir el cuarto pilar de la estrategia para un mercado único digital europeo.

## 2. Introducción

2.1. El CESE entiende que el término «Mercado Único Digital» significa la transferencia a internet de las transacciones y actividades llevadas a cabo en el actual mercado interior de la UE. En parte, esto ya ha ocurrido, pero las iniciativas señaladas por la Comisión están destinadas a explotar todo el potencial digital. Las transacciones y actividades del mercado abarcan la producción de bienes y la prestación de servicios, así como la intermediación, la distribución y el consumo. Las transacciones entre consumidores, empresas y autoridades públicas reflejan tanto la influencia de las redes sociales como la tendencia hacia una sociedad animada por la voluntad de compartir. El papel de las autoridades públicas en el Mercado Único Digital es el de un prestador de servicios.

2.2. Los beneficios de la transferencia de procesos empresariales son bien conocidos: mayor integración en la cadena de valor, aceleración de los procesos desde el diseño a la entrega, mejora de las interfaces de clientes (especialmente en el contexto de las redes sociales) y una mayor competitividad en general. A medida que se vaya realizando la transición, abrirá el camino para la «internet de las cosas» y la cuarta revolución industrial.

2.3. La singularidad del mercado interior es su concepción transnacional, que le permite, en principio, estar bien adaptado para explotar internet. Sin embargo, el propio mercado interior plantea ciertos problemas, como la adaptación de las normas, leyes y reglamentos al entorno digital. En efecto, se registran carencias en la disponibilidad digital de cada una de las categorías de agentes (empresas, autoridades públicas y consumidores), así como deficiencias en las infraestructuras tecnológicas del mercado único digital, al tiempo que la posición dominante de algunas grandes plataformas podría resultar problemática.

2.4. En paralelo con el proyecto del Mercado Único Digital, la Comisión presenta su Agenda Digital, lo que genera preocupaciones legítimas por la falta de presencia de la UE en los sectores mundiales de *hardware* y *software*, pero estas preocupaciones son marginales con respecto al Mercado Único Digital. Según la Comisión, las ventajas que entraña la culminación del Mercado Único Digital son considerables en términos de PIB y empleo, y todo lo que hay que hacer se encuentra dentro de los límites de la capacidad actual de la UE y de los Estados miembros.

2.5. El hecho de que no se haya completado el mercado único de los servicios tiene profundas implicaciones para el desarrollo del Mercado Único Digital. El sector de los servicios es el sector dominante en las economías de los Estados miembros. La prestación de servicios se produce cada vez más por medio de transacciones en internet; los progresos en la Estrategia para el Mercado Único Digital podrían, por sí solos, facilitar el desarrollo del mercado único de los servicios.

2.6. Las normas, reglamentos y leyes desarrollados para las transacciones basadas en papel y las primeras décadas del comercio electrónico se han convertido en obstáculos para la consecución del Mercado Único Digital. El CESE acoge favorablemente el programa legislativo propuesto y el ambicioso calendario que se ha fijado:

- propuestas legislativas sobre unas normas de contratos transfronterizos simples y efectivas para consumidores y empresas;
- revisión del Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores;
- medidas en el sector de los envíos de paquetería;

---

<sup>(1)</sup> Dictamen del CESE «Los efectos de la digitalización en los sectores de servicios y el empleo» (DO C 13 de 15.1.2016, p. 161).

- un amplio estudio dirigido a preparar propuestas legislativas para abordar el bloqueo geográfico injustificado;
- en el sector de la competencia, investigación sobre el comercio electrónico, en relación con el comercio en línea de bienes y la prestación de servicios en línea;
- propuestas legislativas para una reforma del régimen de derechos de propiedad intelectual;
- propuestas legislativas para reducir la carga administrativa de las empresas derivada de la existencia de distintos regímenes de IVA;
- iniciativas sobre la propiedad de los datos, la libre circulación de datos (por ejemplo, entre los proveedores) y una nube europea;
- revisión de la Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas.

2.7. Mientras que el programa legislativo descrito en el punto 2.6 *supra* es muy claro, las acciones previstas para mejorar las competencias, disponibilidad y conocimiento de internet en las tres comunidades: empresas, autoridades públicas y consumidores, son mucho menos claras:

- los conocimientos y competencias digitales, en particular para muchos grupos de ciudadanos de la UE, son muy insuficientes, al igual que las propuestas de la Comisión a este respecto. El CESE lamenta que la Comisión no esté dando la prioridad necesaria a este factor fundamental para el éxito del Mercado Único Digital y la sociedad de la información europea;
- adopción de un plan prioritario de normas sobre TIC y ampliación del marco europeo de interoperabilidad para los servicios públicos;
- nuevo plan de acción sobre administración electrónica, incluida una iniciativa sobre el principio de «solo una vez» y una iniciativa para instaurar la interconexión de los registros mercantiles.

Todas estas iniciativas juntas repercutirán en los ciudadanos, las pymes, el gobierno y los servicios privados y sectoriales, así como en las aplicaciones sectoriales que son fundamentales para conseguir el Mercado Único Digital. Estas propuestas parecen carecer de precisión y urgencia. El CESE seguirá de cerca el desarrollo de estas iniciativas, que están bajo el control de la UE y de los Estados miembros.

2.8. Se propone una serie de iniciativas vitales en materia de infraestructuras:

- revisión de la Directiva sobre radiodifusión vía satélite y distribución por cable;
- propuestas legislativas para reformar la actual normativa sobre telecomunicaciones;
- revisión de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual;
- creación de una asociación contractual entre los sectores público y privado en materia de ciberseguridad.

Las telecomunicaciones y la ciberseguridad son las prioridades evidentes, pero la clarificación de las normas de transmisión audiovisual vía satélite y por cable de banda ancha es también acuciante.

2.9. Las plataformas orientan el Mercado Único Digital. La mayor parte de los miembros de las comunidades de consumidores, empresas y autoridades públicas las utilizan todos los días. Son accesibles, fáciles de utilizar y, a menudo, gratuitas. Su desarrollo es indispensable, pero se ciernen diversas preocupaciones:

- facilitan aplicaciones irregulares que suponen un desafío para los sectores y empresas establecidas; los consumidores se benefician de ello, pero las empresas establecidas cuestionan su legalidad;
- muchas plataformas mantienen posiciones dominantes que plantean dudas sobre el posible abuso de posición dominante;

- la mayoría de las grandes plataformas están domiciliadas fuera de la UE, pero hay una industria de las plataformas de la UE que necesita unas condiciones equitativas para sobrevivir y prosperar.

Por estas razones, el CESE acoge favorablemente el análisis global de la función de plataformas en el mercado, incluidos los contenidos ilícitos en internet. Para el éxito del Mercado Único Digital, es necesario que las plataformas florezcan y, por lo tanto, la aplicación de la ley no debería restringir el margen de maniobra de las plataformas.

2.10. Habida cuenta de dicho análisis, el CESE considera que los programas comunitarios descritos en el punto 2.7 *supra* probablemente constituyen el talón de Aquiles de la estrategia y emite ciertas «reservas» respecto de las plataformas.

### 3. Observaciones generales

3.1. Es innegable que, hasta ahora, la Unión Europea no ha sacado el máximo provecho de las enormes posibilidades que brindan las tecnologías digitales. Esto se debe, en gran parte, al hecho de que el mercado europeo sigue fragmentado en veintiocho mercados nacionales.

3.2. Ahora bien, algunos Estados miembros prefieren evidentemente mantener y desarrollar una estrategia digital puramente nacional, en lugar de abrir una vía hacia una unión digital europea creadora e innovadora. Paralelamente, los ministros alemán y francés de Economía han abogado por la creación de un marco común impulsado, en particular, por ambos países.

3.3. El CESE señala, por otra parte, que los primeros ministros de algunos Estados miembros han escrito al presidente del Consejo para emitir ciertas reservas sobre la aplicación de la estrategia. Según los mismos, «deberíamos regular solo donde hay una clara evidencia de la conveniencia de hacerlo, respaldados por los principios de una regulación inteligente y una evaluación de impacto exhaustiva. Es evidente que un mercado único digital solo será fructífero si no asfixia la innovación, la inversión y el emprendimiento». El CESE comparte este punto de vista siempre que se tengan igualmente en cuenta los intereses de los consumidores y trabajadores.

3.4. La Comisión considera esta nueva estrategia para la realización del mercado único digital como la prolongación de la estrategia digital para Europa de 2010, que preveía 101 acciones de las que, según la Comisión, 72 se han llevado a buen término y 23 deberían completarse en los plazos establecidos, sin que por ello el mercado único digital esté finalizado, de modo que una parte de estas iniciativas se encuentran en la nueva estrategia sometida a examen.

3.5. En la presentación de las orientaciones políticas de la nueva Comisión Europea, su presidente, Sr. Juncker, manifestó que «la creación de un mercado único digital conectado podría generar hasta unos 250 000 millones EUR de crecimiento adicional, creando así cientos de miles de nuevos puestos de trabajo». Según la Comunicación sometida a examen, «el PIB de la UE podría aumentar en unos 415 000 millones EUR», mientras que los dos comisarios responsables del sector digital hablan de 3,8 millones de puestos de trabajo generados por un mercado único digital.

3.6. El CESE estima que es contraproducente agobiar a los ciudadanos con cifras que varían sustancialmente según la fuente en el seno de la Comisión, pero que se presentan, no obstante, como verdades irrefutables, cuando son poco creíbles. Tales declaraciones terminan por suscitar desconfianza respecto de los responsables políticos e indiferencia ante los problemas reales.

3.7. Hasta ahora, la Comisión nunca ha facilitado prueba alguna de que sus predicciones del mismo tipo se hayan hecho realidad. El CESE pide que, al final de su mandato, la actual Comisión analice y compare este balance con sus pronósticos.

3.8. El CESE considera que no es realista creer que el mercado único digital podrá finalizarse en el curso del actual mandato de la Comisión, sobre todo si no se publican los estudios de impacto o las investigaciones científicas correspondientes que apoyan esas afirmaciones. El CESE considera que las estimaciones de la Comisión deberían cotejarse con los estudios que contemplan sustanciales pérdidas de puestos de trabajo a consecuencia de las transformaciones digitales <sup>(2)</sup>.

3.9. Según la Comisión, la realización del mercado único digital conectado permitirá que Europa mantenga su posición de líder mundial en la economía digital, a la vez que brindará a las empresas europeas la posibilidad de desarrollarse también fuera de la Unión.

---

<sup>(2)</sup> Véase la nota 1 a pie de página.

3.10. El CESE lamenta que se haya revisado sustancialmente a la baja la ambición de la UE, inscrita en la Estrategia de Lisboa de 2000, de convertirse en la economía del conocimiento más competitiva y más dinámica del mundo, capaz de un crecimiento económico sostenible acompañado de una mejora cuantitativa y cualitativa del empleo y de una mayor cohesión social.

3.11. La Unión Europea se encuentra a la zaga.

La economía digital ha quedado en manos de Estados Unidos y Asia. Una cincuentena de grandes operadores europeos de comunicaciones electrónicas están sometidos a veintiocho marcos reguladores nacionales distintos, mientras que los seis grandes operadores del mercado estadounidense y los tres gigantes del mercado chino se rigen por un solo marco regulador. La visión del mercado digital intraeuropeo como un factor de integración ya no es apropiada en un mundo digitalizado sin fronteras; además, no ha impedido que las grandes plataformas de terceros países creen monopolios u oligopolios en la mayoría de los países de la UE.

3.12. El CESE sigue esperando que la UE aún pueda recuperar el terreno perdido y que la estrategia para un mercado único digital en Europa pueda dar un nuevo aliento al sector, siempre y cuando la UE sea creadora y no solo usuaria de lo digital, así como promover un salto cualitativo social hacia una educación precoz de los jóvenes para desarrollar un uso responsable de las competencias digitales, eliminar la brecha digital, garantizar la accesibilidad para todos los ciudadanos (incluidas las personas con discapacidad) y garantizar inversiones públicas y privadas apropiadas en la enseñanza, la formación profesional y la investigación.

3.13. Para ello la UE necesita poner en común sus recursos para movilizar y coordinar los esfuerzos públicos y privados en los veintiocho Estados miembros. Esto es indispensable si no quiere perder el tren de la economía digital, a imagen, por ejemplo, de las aplicaciones móviles cuyo número ha crecido exponencialmente en algunos años, de la computación en nube, los macrodatos (*big data*) o los retos estratégicos que se sitúan ahora en el nivel de las plataformas de servicios digitales gigantes, que se han convertido en vías de paso imprescindibles para acceder a internet. El debate en torno a la estrategia para un mercado único digital debe asociar a todas las partes interesadas y considerar la protección y los derechos fundamentales de los ciudadanos, consumidores, trabajadores y personas discapacitadas de cara a una sociedad integradora.

3.14. El CESE no puede sino constatar la falta completa de una dimensión social en la estrategia para un mercado único digital. Siguen ignorándose en gran parte los efectos y retos de la digitalización para el empleo, cuando la permanente evolución de los servicios y modelos de empresa conlleva profundos cambios en el mundo laboral, con repercusiones sustanciales para la naturaleza del trabajo y la estructura de las empresas, así como un riesgo de disolución de los convenios colectivos. En este contexto, los procedimientos previstos en el Tratado sobre el diálogo social y la cláusula social horizontal deben ocupar su sitio en la estrategia para un mercado único digital. En su Dictamen CCMI/136 acerca de los efectos de la digitalización sobre el sector de los servicios y el empleo en el marco de las transformaciones industriales, el CESE formula una serie de recomendaciones para evitar que la evolución del sector digital vaya en detrimento de la eficacia de los actuales sistemas de formación profesional, protección del empleo, seguridad social y fiscalidad. El CESE entiende que la dimensión social, con todas sus consecuencias para el empleo, debería constituir el cuarto pilar de la estrategia para un mercado único digital europeo.

3.15. Otro ámbito en el que la UE tiene la oportunidad de hacer valer su posición es el de los macrodatos, en el que aún hay que inventariar las normas técnicas que organizarán la recogida y el procesamiento de datos. Para lograrlo, conviene unificar las diferentes normativas nacionales en un marco europeo coherente que, gracias a una política inteligente en materia de tratamiento de datos, se distingue por una articulación equilibrada entre intereses económicos y protección de la intimidad en diversos ámbitos, como el sector médico, la salud pública, los servicios a las personas, la agroalimentación, etc.

3.16. La Unión Europea, acostumbrada a los debates sobre las normas técnicas entre sus Estados miembros, puede aprovechar su experiencia en este ámbito para crear una política europea de los datos, apoyándose en un marco jurídico de calidad, así como mantener el control sobre las normas relativas a la protección de los datos privados (véase SWIFT), con el fin de evitar que sean impuestas por terceros.

3.17. Por otra parte, el CESE señala que el sector digital también se caracteriza por un importante desequilibrio en la representación de los dos sexos y que la gran mayoría de los profesionales de las TIC son hombres. Habida cuenta de los numerosos puestos de trabajo vacantes en el sector de las TIC, la Unión Europea y los Estados miembros deberían lanzar una campaña para incitar a un mayor número de candidatas a conseguir un empleo en el sector digital.

3.18. En su informe «*Golden growth: Restoring the lustre of the European economic model*», el Banco Mundial ha dividido la Unión Europea en seis bloques para poner de relieve, sobre la base de indicadores digitales, las considerables diferencias entre Estados miembros en el desarrollo de las tecnologías, competencias y aplicaciones digitales, así como del comercio electrónico. El CESE invita a la Comisión a tener debidamente en cuenta estas diferencias a la hora de determinar las acciones prioritarias de su plan de trabajo.

3.19. Por último, el CESE toma nota de la declaración de la Comisión en el sentido de que, además de una financiación de la UE de unos 21 400 millones, el Fondo Europeo para Inversiones Estratégicas se propone apoyar un gran abanico de proyectos digitales, y señala que el Banco Europeo de Inversiones y el Fondo Europeo de Inversiones brindan importantes posibilidades de financiación adicional. El CESE celebra que la Comisión vaya a trabajar con el BEI, los promotores de proyectos y los Estados miembros para que los fondos disponibles se utilicen íntegramente, pero se pregunta por qué los fondos de la UE que se han concedido a los Estados miembros siguen en gran medida infrutilizados. El CESE solicita un análisis al respecto a fin de garantizar una utilización eficaz y eficiente en el futuro.

#### 4. Observaciones específicas

##### 4.1. *Mejorar el acceso de los consumidores y las empresas a los bienes y servicios digitales en Europa*

###### 4.1.1. *Propuestas legislativas sobre unas normas de contratos transfronterizos simples y efectivas para consumidores y empresas*

Se trata de una ambiciosa iniciativa, que puede acogerse favorablemente si es factible. Aun así, el comercio transfronterizo, «electrónico» o de otro tipo, seguirá siendo difícil para las pymes y los particulares a causa de las cuestiones lingüísticas y culturales. Un modelo de contrato justo y sencillo en todas las lenguas de la UE eliminará un importante obstáculo, pero se mantendrán otros como las preocupaciones por la seguridad del comercio electrónico, transfronterizo o de otro tipo. En este contexto, se acoge favorablemente la iniciativa sobre ciberseguridad.

El CESE espera que en el desarrollo de la Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa, todas las propuestas garanticen un alto nivel de protección a los consumidores y no tengan como consecuencia una disminución del nivel de protección actualmente existente, en ningún Estado miembro.

Otra cuestión que preocupa a los interlocutores sociales es que el comercio electrónico transfronterizo pueda perjudicar a las empresas nacionales existentes. Esta preocupación subraya la necesidad de incluir la dimensión social en la estrategia.

###### 4.1.2. *Revisión del Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores*

Una cooperación claramente eficaz es la condición sine qua non para una impecable protección transfronteriza de los consumidores. Los procedimientos para una compensación e indemnización oportunas podrían ser clave para la aceptación del comercio electrónico transfronterizo.

Habría que hacer todo lo posible para reducir la carga reguladora para las pymes.

El CESE cree que la Comisión debería:

- asegurar que los consumidores puedan acceder al contenido digital legalmente disponible en condiciones justas y asequibles a través de las fronteras;
- revisar hasta qué punto los consumidores se ven discriminados en línea sobre la base del país en que viven y las consecuencias económicas y para el consumidor, y proponer las medidas necesarias para poner término a toda discriminación;
- revisar la aplicación y cumplimiento de los derechos de los consumidores, establecer cómo los derechos del consumidor se aplican a los productos digitales y asegurarse de que los consumidores y las empresas entienden sus derechos y confían en el respeto de los mismos.

#### 4.1.3. Medidas en el sector de los envíos de paquetería

La entrega rápida de los envíos de paquetería es fundamental para la satisfacción del cliente en los mercados domésticos de comercio electrónico y está funcionando bien. Es lógico que el comercio electrónico transfronterizo deba ser apoyado de forma similar, aunque el Comité señala que los principales servicios internacionales de paquetería ya operan en Europa.

#### 4.1.4. Un amplio estudio dirigido a preparar propuestas legislativas para abordar el bloqueo geográfico injustificado <sup>(3)</sup>

Esto se aplica tanto al comercio electrónico como a los servicios audiovisuales. En el comercio electrónico, las búsquedas de bienes y servicios rara vez dan resultados fuera del área geográfica del que busca. En el otro extremo, el arrojado de resultados a escala de la UE podría ser abrumador.

En efecto, el buscador puede aplicar el motor de busca a cualquier área geográfica requerida. Un problema es que los clientes de una zona geográfica diferente pueden ser objeto de unos precios discriminatorios, como ha mostrado el reciente caso de Disneyland París. El CESE apoyaría las acciones que aseguren que el comercio transfronterizo se realiza en un plano de igualdad en aras de la protección de los consumidores. Otro problema es que, en algunos casos, simplemente se niega el acceso transfronterizo a sitios web.

El bloqueo audiovisual tiene dos dimensiones: restringir el acceso exterior de los ciudadanos de un país que viajan y tienen derecho a acceder a los servicios en su país y restringir el acceso exterior de los no nacionales cuya solicitud de acceso se basa en la ciudadanía de la UE. En el primer caso, el CESE recomienda la introducción de identidades digitales para facilitar el acceso. Y en el segundo caso, el CESE es consciente de que la mayor parte del bloqueo geográfico se debe a restricciones de los derechos o a intereses comerciales. Un marco de derechos racionalizado sería útil, pero habría que hacer todo lo posible para no alterar los modelos empresariales vinculados a la publicidad y el acceso al mercado.

#### 4.1.5. En el sector de la competencia, investigación sobre el comercio electrónico, en relación con el comercio en línea de bienes y la prestación de servicios en línea

El CESE acoge favorablemente la vigilancia del mercado por parte de las autoridades responsables de la competencia y un régimen estricto de sanciones contra el abuso de las posiciones dominantes. Sin embargo, al mismo tiempo, el CESE señala que la tecnología y la economía digital han sido impulsadas por grandes compañías en beneficio de la economía y la sociedad en general. Por ello, el CESE recomienda encarecidamente que las consultas previstas se basen estrictamente en los principios establecidos en la legislación comercial y en materia de competencia.

#### 4.1.6. Propuestas legislativas para una reforma del régimen de derechos de propiedad intelectual

El CESE apoya estas propuestas siempre y cuando los diversos modelos empresariales comerciales sigan siendo viables y se respeten los derechos de propiedad intelectual.

#### 4.1.7. Revisión de la Directiva de satélite y cable

Esta Directiva se refiere a la coordinación de determinadas disposiciones relativas a los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en el ámbito de la radiodifusión vía satélite y de la distribución por cable. El Comité reconoce que es necesario revisar la Directiva tanto en el contexto de las propuestas legislativas previstas en el punto 4.1.6 como para reflejar los profundos cambios que están teniendo lugar en esos sectores.

#### 4.1.8. Propuestas legislativas para reducir la carga administrativa de las empresas derivada de la existencia de distintos regímenes de IVA

La imposición fiscal de la tecnología digital es un factor clave para el éxito de la estrategia del Mercado Único Digital, ya que es obvio que las legislaciones fiscales nacionales no están adaptadas a la realidad de la economía digital y llevan a la evasión fiscal y a la competencia desleal. El CESE está de acuerdo con el planteamiento de la Comisión sobre el IVA (es decir, centrarse en el lugar en el que se encuentra el cliente y no en el lugar en el que está establecido el prestador del servicio) y el principio de la imposición directa que asegura que el beneficio se grave donde se genere el valor. Asimismo, apoya a la Comisión en sus esfuerzos para reducir la burocracia impuesta a las empresas como resultado de las disparidades entre los diferentes regímenes de IVA. En cuanto al punto iv), una solución más sencilla podría consistir en hacer extensiva la exención a las transacciones dentro de la UE.

<sup>(3)</sup> Directiva 2006/123/CE.

## 4.2. *Crear las condiciones adecuadas para que las redes y servicios digitales prosperen*

### 4.2.1. *Propuestas legislativas para reformar la actual normativa sobre telecomunicaciones*

La diferencia evidente entre Europa, Asia y los Estados Unidos en el sector de las telecomunicaciones es la fragmentación del mercado europeo. A fin de crear organizaciones con la magnitud de inversión y capacidad de investigación necesarias para competir a escala mundial, toda revisión también debería estudiar la capacidad de los prestadores de servicios de comunicaciones por internet del nivel 1 y nivel 2, ante el crecimiento exponencial del tráfico digital. La revisión también deberá tratar de alcanzar una solución equilibrada para la cuestión de la neutralidad de la red. En la medida en que los medios de comunicación audiovisuales transmitan a través de internet, los operadores de telecomunicaciones deben tener libertad para satisfacer las expectativas de los usuarios en términos de calidad y rapidez de la transmisión.

Por lo que respecta a las propuestas de la Comisión, el Comité celebra el énfasis permanente en la protección de los consumidores, junto con el objetivo de reducir la fragmentación y aumentar la armonización.

### 4.2.2. *Revisión de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual*

Está claro que existen grandes disparidades entre la regulación de los organismos de radiodifusión autorizados y los proveedores de servicios no regulados. Los límites son cada vez más difusos debido a la retransmisión de emisiones reguladas en banda ancha y al gran número de sitios web que difunden vídeos a la carta, los ejércitos de bloggers en el espacio de noticias y la dimensión digital que presenta la mayor parte de la prensa escrita.

Sin embargo, el Comité duda que sea deseable intentar regular todos los servicios sobre una base uniforme. La radiodifusión lineal debe respetar las normas a causa de las obligaciones de servicio público y porque la elección del espectador es limitada. El acceso a sitios web de banda ancha está bajo el control del espectador, al igual que el control parental. Dada la rápida evolución de la industria, será oportuno proceder a una revisión y habrá que introducir cambios, pero debe alcanzarse un equilibrio.

### 4.2.3. *Análisis global de la función de plataformas en el mercado, incluidos los contenidos ilícitos en internet*

Es evidente que la agenda digital de la UE depende en gran medida de las plataformas y se refuerza mediante las mismas, al igual que en otras regiones del mundo. El éxito de las principales plataformas les ha dado una posición dominante, de la que no conviene abusar. Sin embargo, el CESE advierte a la Comisión que no debería obstaculizar las operaciones de dichas empresas por el mero hecho de que sean grandes y con éxito, porque, si lo hace, se corre el riesgo de frenar el desarrollo del mercado único digital en Europa.

Dicho esto, las cinco medidas propuestas por la Comisión son razonables y pertinentes, ya que tienen el potencial de mejorar la utilidad de las plataformas en el mercado único digital. Es muy importante que la Comisión adopte un enfoque equilibrado y no ignore los legítimos intereses comerciales de las plataformas.

### 4.2.4. *Revisión de la Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas*

El CESE respalda este planteamiento de la protección de los datos personales. No está convencido de que la situación actual del «derecho al olvido» sea sostenible a largo plazo, ya que la interpretación actual de la UE es demasiado amplia y porque técnicamente es difícil mantener este derecho en la internet mundial. El Comité insta a la Comisión a pulir este «derecho» para proteger a las personas vulnerables a fin de asegurar su aceptación global.

### 4.2.5. *Creación de una asociación contractual entre los sectores público y privado en materia de ciberseguridad*

En la economía digital, las diferentes etapas de la cadena de valor no conocen fronteras y superan la dimensión nacional, lo que contribuye a la propagación de la ciberdelincuencia. El CESE acoge con satisfacción el hecho de que la estrategia del Mercado Único Digital prevea una asociación con la industria por lo que respecta a la ciberseguridad, para que finalmente tome forma una cultura de gestión de riesgos y un flujo eficiente de información, que ya lleva mucho tiempo configurándose.

Hay una característica de la ciberdelincuencia que la Comisión no ha considerado: la tecnología de la información y comunicación brinda posibilidades a la cibervigilancia que corre el riesgo de verse explotada para controlar los datos y la comunicación personal a costa de la libertad individual o incluso podría ser utilizada para espiar a los Estados y sus gobiernos. En este sentido, el CESE considera necesario tomar las medidas oportunas para recabar información y mejorar la capacidad de detección e intervención a nivel de la UE.

La Comisión no ofrece ninguna indicación sobre la magnitud de la asociación propuesta, los resultados esperados o la estructura de colaboración (uno o varios socios). Asimismo, el Comité subraya la magnitud de la inversión del mercado en ciberseguridad en el momento actual. Por estos dos motivos, el Comité no puede pronunciarse sobre esta propuesta hasta que se sepa más.

#### 4.3. *Aprovechar al máximo el potencial de crecimiento de la economía digital*

##### 4.3.1. *Iniciativas sobre la propiedad de los datos, la libre circulación de datos (por ejemplo, entre los proveedores) y una nube europea*

El CESE es consciente del conflicto en el entorno de los «grandes datos» entre la seguridad de los datos personales y la necesidad de agrupar los datos personales en análisis conjuntos para usos médicos, sociales y económicos. El CESE insta a la Comisión a que utilice la revisión prevista para resolver este conflicto.

##### 4.3.2. *Adopción de un plan prioritario de normas sobre TIC y ampliación del marco europeo de interoperabilidad para los servicios públicos*

El CESE apoya esta iniciativa. Mientras que diversos comités internacionales están llevando a cabo una estandarización de los sistemas de *hardware* y *software*, hay evidentemente una gran oportunidad para la normalización e interoperabilidad en la aplicación y niveles de aplicaciones sectoriales, con un potencial enorme para aumentar el valor y la importancia del mercado único digital.

##### 4.3.3. *Nuevo plan de acción sobre administración electrónica, incluida una iniciativa sobre el principio de «solo una vez» y una iniciativa para instaurar la interconexión de los registros mercantiles*

La responsabilidad de la administración electrónica corresponde a los Estados miembros. Hay líderes y rezagados. El progreso hacia el pleno funcionamiento de la administración electrónica es un requisito indispensable para un mercado único digital.

##### 4.3.4. *Cualificaciones y experiencia digitales*

La Comisión no tiene previsto un programa legislativo para las cualificaciones y experiencia digitales, pues deja la cuestión a los Estados miembros. El CESE lamenta la falta de nuevas iniciativas en este ámbito. Como mínimo, la Comisión espera una Comunicación de la Comisión que incorpore normas y mejores prácticas. Además, hay que hacer hincapié en el cálculo, la lectura y la escritura, ya que estos son componentes clave de la capacitación digital.

La Comunicación considerada por el CESE proporcionaría un marco adaptado a las diferentes etapas de la vida, junto con las propuestas globales para el aprendizaje permanente. El marco debería tener cuatro componentes: formación, empleo, jubilación y discapacidad:

#### A FORMACIÓN

A1 Centros de enseñanza primaria — Conocimientos básicos

A2 Centros de enseñanza secundaria — Están previstas dos vertientes:

- Cualificación total a fin de que los alumnos estén capacitados para vivir y trabajar con confianza en la sociedad de la información
- Conjunto de competencias digitales especiales para estudiantes con potencial para ser profesionales de las TIC capaces de colmar el déficit de cualificaciones en el sector. Este es el contexto en el que deben hacerse más esfuerzos para lograr un mejor equilibrio de género en las tecnologías de la información.

A1 + 2 Tanto en la educación primaria como en la secundaria es importante desarrollar el uso responsable de las competencias digitales.

A3 Centros de enseñanza terciaria — Están previstas dos vertientes:

- Aptitudes relacionadas con cada profesión, integradas en la enseñanza y los exámenes en los programas educativos como ingeniería, matemáticas y biotecnología.
- Formación en tecnología avanzada que capacita a los estudiantes para cubrir puestos de trabajo vacantes en las industrias tecnológicas.

B EMPLEO

- B1 Formación para el puesto de trabajo por parte de los empresarios centrada en la reconversión profesional y el desarrollo profesional continuo para mantener las capacidades.
- B2 Formación especializada para los desempleados organizada por las autoridades públicas, mediante agencias apropiadas.

C JUBILACIÓN

- C1 Procurar que las cualificaciones relacionadas con la sociedad de la información estén universalmente disponibles para las personas que no hayan podido acceder a ellas durante su recorrido personal y profesional.
- C2 Programas especiales para ayudar a los que enfermen a permanecer en la sociedad de la información

D DISCAPACIDAD

Apoyo en todas las fases para integrar a las personas con discapacidad en la sociedad de la información y mantenerlas en ella, incluso a medida que se agrave la discapacidad.

Los datos aportados por la Comisión en su Comunicación muestran claramente que existen deficiencias en materia de cualificaciones en todas las edades y en toda región. El Comité cree que solo un programa estructurado y controlado en cada Estado miembro puede garantizar que pocos ciudadanos (por no decir, ninguno) queden excluidos de la sociedad de la información y del mercado único digital. El CESE ha abogado en reiteradas ocasiones por una acción decidida en materia de cualificaciones. En el contexto de la Estrategia para el Mercado Único Digital, ha llegado el momento de que la Comisión pase a la acción.

Bruselas, 9 de diciembre de 2015.

*El Presidente*  
*del Comité Económico y Social Europeo*  
Georges DASSIS

---